B
027

Biblioteca del Seminario

# LA COMUNICACION EFECTIVA DEPENDE DEL COMUNICADOR

por
Paulita Delgado

007382

UNA TESIS

En cumplimiento parcial de los requisitos
para el Bachillerato en Educación Cristiana

Seminario Bíblico Latinoamericano

31 de agosto de 1963

CONTENIDO

Página

INTRODUCCION . . . . . 1

Capítulo

I. ¿QUE ES COMUNICAR? . . . . . 9

Definición
Propósito de la comunicación
El proceso de la comunicación

II. ¿CÓMO PLANEAR LA COMUNICACIÓN? . . . . . 20

¿Qué es planear?
Planeamiento general
La buena documentación
Planeamiento específico

III. ¿CÓMO COMUNICAR EFICAZMENTE?

Usar lenguaje apropiado
Usar la brevedad
Usar vocabulario comprensible
Usar palabras de sentido vivo y concreto
Repetir las palabras necesarias
Usar bien los verbos
Usar pronombres personales
Usar poco el modo condicional
La estructura del lenguaje
La evaluación del trabajo

RESUMEN Y CONCLUSIÓN . . . . . 35

APÉNDICE . . . . . 36

BIBLIOGRAFÍA . . . . . 50

# INTRODUCCIÓN

## Declaración del problema

Se ha dicho con absoluta propiedad que el hombre es un ser eminentemente social. No vive aislado, sino que convive con otros hombres. De esta convivencia social es que nace la necesidad que tienen los seres humanos de comunicarse entre sí.[1]

Comunicarse es una capacidad natural del hombre. Los instrumentos para ejercerla son los sentidos. A través de éstos, que son como ventanas que se abren al mundo, el ser humano es capaz de aprender, de emitir mensajes y de recibirlos.[2]

Bien se puede afirmar que el progreso realizado por el hombre cabe atribuirse en gran parte a su capacidad de comunicarse, a su habilidad de transmitir ideas y captarlas transformándolas para su propio bien.[3]

El mensaje del Evangelio como cualquier otra comunicación debe ser impartido con propiedad. El Señor Jesucristo dejó el mandamiento diciendo: "Id por todo el mundo y predicad el Evangelio a toda criatura". De la habilidad para impartir ese mensaje dependerá el que sea comprendido y aceptado.

---

[1]Mario M. Vázquez y Oscar Castro V., Fundamentos de la Comunicación, p. 1.

[2]Ibid. [3]Ibid.

Uno de los grandes, sino el más grande, de los obstáculos para la evangelización del mundo es el de la comunicación. Tenemos que hablar el idioma que entienden los que van a leer o escuchar nuestro mensaje.[1] Desgraciadamente, muchas veces los comunicadores del Evangelio se sienten presionados por algunos de sus oyentes que creen que el predicador es sólo buen predicador si puede pasearse a través de toda la Biblia y traer un mensaje de difícil comprensión. Se debe reconocer que para la evangelización y aun para la enseñanza de las Sagradas Escrituras hay que ser lo más sencillo posible.

Es preferible que traten al predicador o al maestro de superficial o infantil, debido a la claridad de su mensaje escrito o hablado, y no que le feliciten por algún mensaje de esos profundos que nadie los puede comprender. Porque con mucha frecuencia, cuando un mensaje no se entiende, es porque es "desordenado y vacío", y en él nada hay para entender.[2]

El evangelista Billy Graham, el predicador más conocido de nuestro siglo, predica con una sencillez tal que capta a todo su auditorio en donde quiera que va. Juan Stott, se refiere al hecho de la sencillez de Billy Graham y menciona las palabras que concerniente al evangelista dijo el Obispo de Canterburry:

> Esperamos que los hombres entiendan largas oraciones acerca de la vida y la doctrina de la Iglesia, cuando no han sido enseñados las letras del alfabeto cristiano ni las pala-

---

[1] Clifford T. Alejandro., "Cosas de la Vida Diaria", Pensamiento Cristiano, p. 227.

[2] Ibid.

bras de una sola sílaba... El doctor Graham nos ha enseñado a comenzar de nuevo, en el principio mismo de nuestro evangelio, y a hablar con el poder del Espíritu Santo acerca del pecado, y de la justicia y del juicio.[1]

Stott sigue diciendo que nuestro estilo debe ser tan sencillo como nuestro tema. Una sintaxis complicada está fuera del lugar en el púlpito. Los puntos son mejores que las comas en la palabra hablada. Un estilo "staccato" es el mejor. Evitemos la "jerga evangélica". Por supuesto que nuestro auditorio tendrá que llegar a conocer el significado de palabras como justificación y propiciación. Pero al comienzo tendremos que explicar el significado bíblico de voces tan sencillas como gracia, fe, esperanza y amor. Se quedaría uno atónito si conociera los hechos de la ignorancia del pueblo común.[2]

John Wesley decía: "Yo escribo la verdad sencilla para la gente sencilla...; me esfuerzo por evitar todas las palabras que sean difíciles de entender".[3] Y esta norma de John Wesley, que fue el predicador más fogoso y de más fruto que vió el siglo XVIII, debe ser la norma de todo comunicador del evangelio en el día de hoy. "Si por la lengua no diereis palabra comprensible, cómo se entenderá lo que decís? Porque hablaréis al aire" (1Cor. 14:9).

---

[1] Ibid, p. 241

[2] Ibid.

[3] Ibid, p. 227.

## Propósito del estudio

El éxito de un comunicador depende en gran parte de su habilidad para comunicar ideas. Para lograr el progreso que se anhela el maestro debe comunicar bien y los alumnos deben comprender bien.[1]

Es necesario saber impartir la comunicación que queremos dar a fin de que se logre el propósito deseado. Muchos son los fracasos que se han visto tanto en la enseñanza secular como en la religiosa porque el educador no ha sabido dar su mensaje efectivamente. Es posible que mucho de esto se deba a no conocer los principios a tomarse en cuenta para que la comunicación sea eficaz. Es, pues, el empeño de esta tesis el mostrar que se puede comunicar eficazmente si se tiene, aunque sea, un ligero conocimiento de lo que se involucra en el proceso de la comunicación.

## Limitación del problema

Podrían escribirse centenares de libros acerca del vasto tema de las Comunicaciones. Es un asunto que últimamente se le está dando mucha importancia y especialmente con el adelanto en los medios de comunicación modernos.

En el estudio que aquí va a realizarse se verá el problema desde el punto de vista de la comunicación eficaz a un público de bajo nivel educativo. Se ha escogido ese público porque es uno de los más necesitados de la comunicación eficaz y apropiada. Muchos de los feligreses en las iglesias

---

[1] Vázquéz y Castro, Op. Cit., p. 1,

tienen la capacidad de leer sus Biblias y también cualquier literatura como las revistas evangélicas que caen en sus manos, pero no pueden asimilar todo lo que leen porque no está al alcance de su comprensión intelectual. Viendo esta necesidad entre el pueblo evangélico de América Latina es que se ha limitado este estudio a ese público en particular.

No obstante, los principios para la comunicación efectiva que aquí se exponen son válidos para cualquier comunicación y para cualquier público. Todo comunicador que desee dar un mensaje con eficacia tendrá que tomar en cuenta los intereses, las necesidades y las experiencias previas de su público no importa de que nivel educativo sea. Estas características no pueden ignorarse si se desea lograr una comunicación eficaz. Por eso insistimos que los principios que se exponen a través de este estudio deben considerarse necesarios en la preparación de cualquiera comunicación no importa el público al cual vaya dirigida.

## Definición de términos

A continuación se dará una definición de ciertos términos que aparecen en el desarrollo del estudio y que no son explicados. En los principios de la comunicación hay muchos términos técnicos pero ya se van definiendo según se van exponiendo. En esta sección se da la definición de aquellos que no la tienen en el texto.

<u>Campo de comprensión</u>

Cuando aparece este término se refiere tanto al comunicador como al público que escucha queriendo decir que ambos

deben de entrar al mismo campo de acción.[1] El comunicador al estudiar su público trata de llevarle la comunicación conforme a como éste pueda entenderla. Es así como ambos llegan a un mismo nivel de comprensión o entendimiento del asunto. La acción para llegar al campo de comprensión corresponde al comunicador ya que es él el que debe identificarse con el grupo al cual quiere comunicar.

Experiencia

La experiencia de una persona está basada en el conocimiento que dicha persona tiene mediante la práctica o la observación.[2] Al hacerse referencia a la experiencia del público se refiere a este conocimiento adquirido ya sea por la práctica, la observación o aun el estudio.

Bajo nivel educativo

Conforme a este estudio en el público de bajo nivel educativo a personas que han estudiado algunos años de primaria o que la hayn terminado. Se incluye toda la primaria ya que los estudios recibidos en la misma son generales y primarios.

Acercamiento o punto de contacto

El acercamiento o punto de contacto también se conoce con el nombre de motivación. Es la manera que el comunicador se introduce con la persona a quien desea dar el mensaje. Es la relación que se establece y debe hacerse en forma atractiva y conforme a los intereses del público para captar su atención.[3]

---

[1] H. Schuyler Bradt, Manual de Comunicaciones, p. 3.

[2] Enrique Sánchez Narváez, Las Ayudas Visuales en la Extensión Agrícola, p. 16.

[3] Carmen Cumming, Notas de clase del Curso Preparación de Materiales para Educación Popular, Universidad de Costa Rica.

Producción pedagógica

Producción se refiere al mensaje ya listo sea para comunicación oral o escrita.[1] Pedagógica, lógicamente, se refiere a la comunicación educativa.

Estructura de la comunicación

Estructura quiere decir la forma que se le da a la comunicación, incluyendo la introducción, el desarrollo y la conclusión.[2]

Reacción manifiesta

La reacción manifiesta es la respuesta visible que da el público al recibir el mensaje. Es la reacción que el comunicador ve y la que le ayuda a evaluar su trabajo.[3]

Fórmula de "lecturabilidad" de Spaulding

La fórmula de "lecturabilidad" del idioma español es un método estadístico para medir la dificultad relativa de la lectura.[4]

Comunicación oral

Es la transmisión del mensaje por medio del lenguaje hablado.

Comunicación escrita

Es la transmisión del mensaje por medio del lenguaje escrito, es decir por medio de palabras.

---

[1] Sánchez Narváez, Op. Cit., ? ~~Ibid~~, p. 16.

[2] Luis Ramiro Beltrán, Como Escribir Guiones para Series Proyectadas, p. 4.

[3] Sánchez Narváez, Op. Cit., p. 14.

[4] Véase el apéndice.

Evaluación

Cuando se usa la palabra evaluación se refiere a hacer un estudio o valorización del trabajo que se ha hecho para medir los resultados obtenidos.[1]

---

[1] ~~Carmen~~ Cumming, Op. Cit.

## CAPÍTULO I

## ¿QUÉ ES COMUNICAR?

### Definición

Muchos han tratado de definir lo que es comunicar. No es fácil dar una definición de este término. Solamente veremos dos de las muchas definiciones que se han dado. John Dewey, educador norteamericano, dijo que comunicar es el proceso de compartir experiencias.[1] El comunicador Ramiro Beltrán, especialista de Extensión Agrícola, dice que comunicar es transmitir ideas, sentimientos y experiencias de una persona a otra u otras.[2]

Ambas definiciones tienen su verdad apicable para los comunicadores del Evangelio. Es el proceso de compartir las experiencias que del Señor Jesucristo se han recibido. Una persona que no ha experimentado la transformación y el nuevo nacimiento espiritual en su propia vida, no podrá testificar a otro ~~de~~ que Cristo da nueva vida a aquel que en Él cree. Un cristiano que no vive una vida de fe activa y positiva en su Salvador experimentado el cumplimiento de las promesas que hay en las Sagradas Escrituras, no podrá alentar a otro para que pruebe y experimente esas mismas promesas.

---

[1]Cumming, Op. Cit. [2]Ibid.

Transmitir ideas, sentimientos y experiencias, dice Ramiro Beltrán. Y, ¿no es cierto que para poder transmitir una idea o un sentimiento a otra persona es necesario que lo haya vivido o experimentado aquél que lo va a transmitir? Es necesario que tanto el que comunica como el que escucha estén bajo un mismo campo de comprensión a fin de que puedan entenderse.

Comunicar bien no es otra cosa sino educar bien y la buena educación sólo es posible entre sujetos situados en el mismo campo de comprensión. El lenguaje define ese campo y proporciona amplitud de comunes referencias.[1] El esfuerzo del comunicador debe estar dirigido en primer término a descubrir los intereses y las necesidades del público para así dar contenido y forma al mensaje de acuerdo a estos. Si el comunicador lo hace llegará al nivel de comprensión de su público y su comunicación será efectiva.

Propósito de la comunicación

La comunicación es siempre de doble vía o curso. Es decir, se recibe y se da, se aprende y se enseña, se adquieren experiencias y se transmiten experiencias.[2] Como ya se ha dicho en la definición una persona que no ha tenido una experiencia verdadera y personal con Cristo Jesús no puede transmitirla a otra persona.

Toda comunicación conlleva objetivos inmediatos y objetivos finales. Los inmediatos pueden ser la comunicación de i-

---

[1] Sánchez Narváez, Op. Cit., p. 30.

[2] Cumming, Op. Cit.

deas, resultados de experiencia o información. El objetivo final ha de ser necesariamente la educación de las personas, o sea lograr un cambio de pensamiento, actitud o conducta.[1]

¿Cuál ha de ser el propósito de preparar un sermón o una clase de Escuela Dominical? No se puede pasar por alto que tanto la enseñanza religiosa como la predicación del Evangelio, como cualquier otra comunicación, tiene sus propósitos a cumplir.

Según el profesor Findley B. Edge la peor debilidad que puede tener un maestro de Escuela Dominical, y también un pastor al predicar, es enseñar sin propósito. Dice que esto le lleva a cubrir más materia de la que debe, le hace vagar sin rumbo fijo, no toma las necesidades del alumno en cuenta y por ende termina con poco o ningún fruto.[2]

Las cualidades para un buen propósito son las siguientes: (1) Lo suficiente corto como para recordarlo; (2) Lo suficiente claro como para escribirlo; (3) Lo suficiente específico como para realizarlo.[3]

Hay propósitos generales que pueden cumplirse por unidades de enseñanza y propósito específicos que se cumplen en cada lección.[4] Por ejemplo, un propósito general puede ser: En-

---

[1] Sánchez Narváez, Op. Cit., p. 47.

[2] Findley B. Edge, Teaching for Results, p. 90.

[3] Ibid., pp. 92-93.

[4] Estos conceptos de Edge se adaptan igualmente para el pastor al usarlos para la predicación del domingo o los estudios bíblicos de entre semana.

señar a los alumnos a testificar de Cristo. Propósitos específicos a realizar pueden ser: Cómo testificar de Cristo en el hogar, cómo testificar a los vecinos, cómo testificar haciendo obra social, etc.

En la educación religiosa se pueden enumerar tres divisiones generales de propósitos: (1) Enseñar conocimiento, i.e., dirigir el grupo a un estudio lógico y sistemático o intensivo; (2) Buscar inspiración, o sea, enseñar a apreciar mejor una verdad cristiana. Llevarles a adoptar o re-aceptar un ideal; (3) Asegurar cambio de conducta; éste lo que pretende es que los alumnos demuestren en una manera específica alguna acción cristiana en su vida diaria.[1]

Estos propósitos no es prudente, como puede verse, el cumplirlos todos en una sola lección. Lo más deseable es enfocar la atención en un sólo propósito. Cada uno tiene su propia misión a cumplir y debe tener su punto de contacto diferente conforme a la situación.

Una de las ventajas del propósito específico, i.e., el propósito de una lección en particular, es que puede prepararse conforme a la necesidad del creyente ayundándole así a su crecimiento cristiano. Es difícil para un convertido traducir conceptos generales a respuestas específicas. Es decir, un individuo puede aceptar un ideal cristiano como un todo, pero no ponerlo en práctica en todos los aspectos de su vida.[2]

---

[1] Ibid., pp. 97-98.

[2] Ibid.

Por ejemplo, un comerciante cristiano nunca robaría en un banco pero puede pesar menos en la balanza cuando vende sus artículos. ¿Cómo se le puede hacer ver a ese individuo que no hay diferencia en estas dos situaciones? Que ante Dios las dos tienen el mismo significado: robar.

Hay que reconocer que la convicción cristiana no da automáticamente un cambio interior al individuo. Por eso, es deber del maestro o del pastor traer ante su grupo situaciones específicas de la vida diaria y hacerles saber que la vida cristiana tiene significado en cada situación o relación específica de su vida.[1] Esto es fácil lograrlo si se escoge un propósito específico que lleve a tal fin.

El proceso de la comunicación

El proceso de la comunicación no es otra cosa sino los elementos que intervienen en el mensaje que queremos impartir. Para poder comunicar eficazmente se necesita una idea general de cómo comunicar y los elementos que intervienen en ello.

Hay, por lo menos, cinco elementos que tomar en cuenta. Son estos el emisor, el mensaje, el receptor, los medios y métodos y la reacción.

El emisor

El emisor, o el comunicador, es el que lanza la comunicación. Es quien inicia el proceso y lo mantiene en acción.[2] Pa-

---

[1] Ibid., p. 109.

[2] Sánchez Narváez, Op. Cit., p. 9.

ra dar su mensaje el comunicador puede valerse de alguna rama de la comunicación ya sea oral, escrita, visual o mixta.

El emisor, en este caso el pastor o el maestro de Escuela Dominical, toma la información o sentimiento que desea compartir con otros y lo acondiciona de tal manera que sea transmisible y comprensible.[1] Es por eso que es necesario que cuando se vaya a enseñar una clase o a predicar un sermón se entienda bien el concepto que se quiere dar. Si una verdad no está bien entendida y clara en la mente y convicción del que la va a impartir, difícilmente podrá comunicarla con éxito a otra persona.

Es necesario identificarse con la persona o personas que se desea comunicar.[2] El comunicador puede hablar y el receptor puede entender lo que aquél quiere enseñarle sólo en conformidad con la experiencia que ha tenido. Esto es lo que discutimos en la definición en cuanto a que ambos deben llegar al mismo campo de comprensión.

En conformidad al público que se toma en cuenta en este estudio que es el de bajo nivel educativo, tanto el pastor como el maestro de Escuela Dominical tienen que adaptarse a la experiencia que tiene ese público. Es decir, deben hablar o escribir en conformidad a la capacidad y comprensión de ellos.[3]

El mensaje

El mensaje es lo que se comunica, o sea la idea que se quie-

---

[1] Cumming, Op. Cit.

[2] Ibid.

[3] Ibid.

re transmitir. En el proceso de la comunicación es la parte que, si se recibe y es aceptada por el receptor, permite al comunicador lograr su objetivo.[1] Establece la relación entre el comunicador y el público. El mensaje se encamina a la solución de un problema o necesidad.

El mensaje evangélico debe ser claro, sencillo y específico. Debe ser positivo y constructivo. Debe llevar una esperanza de mejoramiento para el que lo escucha. Debe ser dado en forma personal y demostrando interés por él. El mensaje de nuestro Señor Jesucristo, comunicador por excelencia, tenía estas cualidades. El siempre daba el mensaje que iba al caso conforme a la necesidad del individuo. Apelaba a toda clase de gente, se enfrentaba a cualquier situación y abordaba cualquier tema sin temor.

Se requieren dos condiciones para que la comunicación sea total y evidente: la claridad en la expresión de las ideas y una mutua participación de experiencias entre los sujetos de la comunicación (emisor y receptor).[2] Para esto el comunicador tiene que adaptarse a su receptor.

El mensaje debe despertar necesidad en el individuo e indicarle los medios de satisfacerla. Los medios sugeridos para confrontar esas necesidades deben ser compatibles con la situación del grupo o persona y con su cultura. Toman-

---

[1] Sánchez Narváez, Op. Cit., p. 11.

[2] Enrique Sánchez Narváez, "Los Métodos Audiovisuales", Manual de Comunicaciones, p. 30.

do en cuenta que muchas de las personas en las iglesias son de bajo nivel educativo se debe preparar el mensaje de tal manera que satisfaga sus necesidades y que sea comprensible conforme a su patrón cultural. Se debe, como decía el apóstol Pablo, predicar el mensaje sabiendo el blanco a donde se va, i.e., saber qué y a quién se le está comunicando y así no se hablará como quien golpea al aire.

El receptor

El receptor es la persona que el emisor desea que reciba, comprenda y asimile la idea. Este responde a la pregunta: ¿a quién alcanza la comunicación?[1] Para tener comunicación eficaz hay que lograr que el receptor, quien también se conoce con el nombre de público, reciba y comprenda la idea. Este punto se discute más adelante en el capítulo de planeamiento.[2]

Medios y métodos

El medio.- Es el canal que se usa para llevar el mensaje al público.[3] Algunos medios son los siguientes: pizarrón, franelógrafo, portafolio, reuniones, giras, impresos, revistas, periódicos, radio, cine, televisión, series proyectables y películas. Debe estudiarse el medio que más se adapte al mensaje y al público. Debe advertirse, sin embargo, que hay temas que pueden exponerse a través de variados medios. Mientras más medios de comunicación intervengan para difundir el

---

[1]Vázquez y Castro, Op. Cit., p. 3.

[2]Véase capítulo 2. En "Planeamiento General" aparece este punto discutido bajo el subtítulo de "Definir el público".

[3]Cumming, Op. Cit.

mensaje será mejor. Se aconseja, no obstante, el no abusar de una acumulación caótica de medios que en lugar de ayudar en el proceso de la enseñanza la confunden.[1]

Los métodos.- El método es el modo como se transmite el mensaje valiéndose de un medio. El método es lo que realmente el público ve, oye o hace.[2] La combinación de métodos da buen resultado para la gente de bajo nivel educativo y también para la enseñanza de los niños.

La reacción

Hay que reconocer que siempre hay una reacción de parte del público que recibe el mensaje. Esto es, siempre se produce algún efecto en él al recibir la comunicación.[3] Esta reacción puede ser positiva, negativa o tal vez de indiferencia. Si se juzga la reacción indiferente se puede decir que es una reacción negativa porque no logró el fin deseado.

El comunicador evangélico debe estar evaluando su trabajo constantemente para ver qué reacción está logrando en su público. Para hacer esta evaluación es aconsejable tomar en consideración lo siguiente: ¿cómo recibe el auditorio la presentación, tiene interés en hacer preguntas y comentarios, toma una decisión para una acción determinada, en otras palabras, hay alguna manifestación de cambio en la vida del que recibe el mensaje? Estas y otras técnicas producen la "reacción manifiesta"

---

[1] Vázquez y Castro, Op. Cit., p. 6

[2] Sánchez Narváez, Las Ayudas Visuales en la Extensión Agrícola, p. 12.

[3] Cumming, Op. Cit.

que "nos impulsa a revisar nuestros materiales, nuestros métodos y aun nuestros propósitos u objetivos".[1]

Interferencia en la comunicación

Interferencia, o barrera como tambien se le llama, en la comunicación es cualquier cosa que impide que el mensaje llegue al público previsto.[2] Esta barrera bien puede ser el temor, el prejuicio, la inhabilidad para captar una idea, o cualquier otro impedimento.[3] Las fallas en el proceso de la comunicación pueden venir del emisor, de la comunicación en sí, del receptor o de los medios que se usen.[4]

El emisor puede fallar si comunica su mensaje sin claridad, confuso, vago o no concreto. También puede fracasar si improvisa su comunicación. Hay que reconocer que en el ambiente evangélico muchas veces se falla en este sentido. Es aconsejable que todo comunicador evangélico prepare bien su mensaje antes de impartirlo.

Las interferencias pueden venir del público que escucha. Puede ser que el mensaje no le interese, no lo motive, o que lo reciba en una circunstancia desaconsejable.[5] Con esto último hay que tener mucho cuidado y usar la sabiduría divina para que se pueda dar el mensaje de Jesucristo en el momento o-

---

[1] Sánchez Narváez, Op. Cit., p. 14.

[2] Ibid, p. 11.

[3] Ibid.

[4] Vázquez y Castro, Op. Cit. p. 4.

[5] Ibid.

portuno y en conformidad con la necesidad del individuo.

Un buen comunicador siempre trata de prevenir, en lo posible, la interferencia. Esto no descarta al comunicador del Evangelio. Hay que estar alerta para tratar de salvar cualquier barrera que pueda impedir la predicación del Evangelio a las almas necesitadas. Bien es sabido que Satanás anda como león rugiente y que es la peor interferencia que el comunicador del Evangelio puede tener. Hay que buscar el poder del Espíritu Santo en oración a fin de que el mensaje pueda ser dado con la autoridad divina. Dios ha prometido bendecir Su Palabra y lo hará si es que cada comunicador evangélico se esfuerza en buscar Su dirección y el poder de lo Alto para la exposición de dicho mensaje.

## CAPÍTULO II

## CÓMO PLANEAR LA COMUNICACIÓN

### ¿Qué es planear?

Nuestra vida está constituída por continuos planeamientos, grandes o pequeños. Por ejemplo, planeamos la ropa que nos vamos a poner en la mañana, las actividades del día, la vacación a tomar. Sin embargo, estamos tan habitados a hacer estas cosas que no podemos pensar en ellas como un planeamiento previo de nuestras actividades.[1]

Como puede verse, planear es algo muy sencillo. Sólo requiere la aplicación constante de unos pocos principios fundamentales que son los que se presentarán en este capítulo.

Dice Díaz Bordenave que planear es estudiar el pasado y el presente para pronosticar en futuro.[2] Conforme a ese pronóstico determinar las metas a alcanzar y lo que se debe hacer para alcanzarlas. Cuando se dice predecir el futuro a base de estudiar el pasado y el presente, lo que se quiere decir es que se sabrá qué esperar en una situación si se trabaja a base de lo que ya pasó y de lo que está pasando. Esto le ayuda al comunicador a tener una mejor comprensión de lo que debe hacer y

---

[1]Juan Díaz Bordenave, Planeamiento de la Comunicación, p. 1.

[2]Ibid., p. 2.

sabrá a dónde va y porqué.

Se debe recordar que el planeamiento es lo que permite una producción pedagógica eficaz. Planear es la forma más segura de garantizar el buen éxito de un programa de acción. Después de todo planear no es otra cosa sino esto: pensar antes de actuar.[1]

Planeamiento general

Para ser eficiente toda comunicación debe regirse por un planeamiento general que consiste en dar respuesta a las siguientes preguntas:

¿QUÉ va a comunicar?

¿A QUIÉN se lo va a comunicar?

¿CÓMO lo va a comunicar?

¿PARA QUÉ lo va a comunicar?[2]

Dar respuesta a estas preguntas, antes de producir cualquier comunicación, equivale a los siguientes:

1. Determinar el TEMA
2. Definir el PÚBLICO
3. Escoger MEDIOS Y MÉTODOS
4. Fijar el OBJETIVO[3]

Determinar el tema

Es necesario determinar el tema conforme a las necesida-

---

[1] Ibid., p. 8.

[2] Vázquez y Castro, Op. Cit., p. 5.

[3] El orden de preguntas y respuestas expuestos no es necesariamente el orden de importancia. Este orden lo determina la situacion en la cual la comunicacion toma lugar.

des del público al cual va dirigido. Además de las necesidades también es muy importante tomar en cuenta sus intereses. Urge tomar estas dos cosas en cuenta ya que la persona aprende lo que le interesa o lo que le hace falta.[1]

Otro factor muy importante es la limitación del campo de la enseñanza. Puede incurrirse en el error de querer abarcar mucho en una sola ocasión. Es preferible descomponer y analizar toda la materia capítulo por capítulo o por grupos de conceptos e irlos exponiendo en su oportunidad. Nadie puede retener y asimilar demasiada información o enseñanza de una sola vez. Es preciso dosificar la enseñanza.[2] Esto, por supuesto, lo hace el comunicador juzgando lo que más necesita el público.

El pastor o maestro de Escuela Dominical debe tomar muy en cuenta este detalle. No tiene tiempo para divagar en un tema amplio, general. Es mejor seleccionar una sección del tema conforme a la necesidad de la congregación o clase y enfocar sólo ese punto. La guía para esto será el objetivo específico que se haya escogido.

Definir el público

El comunicador tiene que determinar con anticipación y claramente a qué clase de gente ha de dirigirse. Entre los factores determinates están los siguientes: edad, nivel de instrucción, situación económica, experiencia, intereses, necesidades, religión, tradición cultural, etc.

---

[1] Ibid.

[2] Ibid., p. 6.

Cada individuo tiene características que le son propias. Éstas determinan el grade de aprendizaje y la posibilidad de adopte o no ideas y prácticas nuevas.[1] El comunicador evangélico, si bien no tiene que hacer un estudio científico y riguroso de tales características, tampoco puede ignorarlas. El hacerlo puede traerle el fracaso en la comunicación del mensaje que quiere dar.

Para el público que ocupa nuestra atención, es decir el de bajo nivel educativo, hay que reconocer que es necesario limitar el vocabulario porque su vocabulario en sí es limitado. Es difícil para ellos entender oraciones complejas, términos filosóficos o técnicos.

El pastor o maestro de Escuela Dominical tiene que conocer bien su público. Identificarse con ellos hablando como ellos hablan, sintiendo como ellos sienten. Esto le será de una gran ayuda para tener éxito en la comunicación de las verdades cristianas.

Escoger medios y métodos

Ya se ha explicado en el primer capítulo el significado de medios y métodos. Sin embargo, se dirá algo más aquí al respecto para ampliar más el conocimiento acerca de este punto. El medio en la iglesia puede ser el Culto de Adoración, el Culto Evangelístico o el Estudio Bíblico. Para un maestro puede ser su clase de Escuela Dominical, La Iglesia Infantil, El Club de Niños.

El método, que es el modo como se transmite el mensaje, pue-

---

[1] Ibid.

de ser una conferencia, una historia ilustrada, el pizarrón, un sermón textual, una mesa redonda o una discusión abierta sobre algún tema.

Por supuesto que cuando se conoce al público se pueden usar aquellos métodos y medios que mejor se adapten. Se deben usar usar los que sirvan para hacerle la idea más comprensible y que conforme a su nivel educativo puedan asimilar.

Fijar el propósito

Fijar el propósito es de imprescidible importancia. El comunicador evangélico debe tener una noción clara del propósito que persigue al comunicarse. Para qué se ha preparado el sermón, el estudio bíblico, la clase? Estas preguntas deben estar claramente contestadas en la mente del comunicador al preparar su mensaje. El propósito debe contestarlas en forma concreta. Hay que asegurarse que el desarrollo de la clase o del sermón va cumpliendo el propósito fijado al planear el mensaje.

La buena documentación

Uno de los peligros que corre el comunicador es la falta de estar bien documentado.[1] Es necesario estar bien informado del tema que se va a tratar a fin de que se pueda exponer con autoridad y convicción. El mensaje que se presenta inseguro tiene todas las probabilidades de perder su eficacia.

Hay que indagar, investigar, verificar cada dato que se usa en el mensaje.[2] Es necesario buscar fuentes de informa-

---

[1] Cumming, Op. Cit.

[2] Ibid.

ción que amplien o aclaren conocimientos o conceptos. Hay muchos libros tales como diccionarios bíblicos, enciclopedias, manuales, mapas y tantas otras referencias que bien pueden orientar al comunicador sin tener necesidad de andar en incertidumbre o en obscuridad al dar el mensaje.

Por supuesto, hay que dar por sentado que el libro de investigación y preparación por excelencia es la Santa Biblia, pero no hay que descartar los materiales auxiliares extrabíblicos que tanta luz arrojan sobre geografía, historia, interpretación bíblica y otros aspectos. El hacer uso de estos materiales es muy aconsejable. Como también es aconsejable el no abordar o tratar ningun tema del cual no se esté bien documentado.

## Planeamiento Específico

El planeamiento específico es el proceso de organizar el material hasta ponerlo en forma para ser predicado, enseñado o escrito.[1] A continuación una ligera explicación de cada uno de los pasos de dicho procedimiento.

### Enumerar las ideas

Hay que anotar las ideas que se encuentren que estén relacionadas con el tema.[2] Se puede escribir sólo la idea clave. Esto será suficiente por el momento. En esta etapa no se enjuician las ideas, i.e., no se pierde tiempo en pensar si sirve o no. Eso se hará después.

---

[1] Ibid.

[2] Ramiro Beltrán, Cómo Escribir Guiones para Series Proyectables, p. 3.